MARKETING & TOURISME
Audit - Conseil - Appui technique - Formation

Fiche Pratique : Créer une Page Facebook Professionnelle

Plus de 50 % des internautes français sont membres de Facebook et selon les Conditions Générales d'Utilisation de Facebook, le support préconisé pour communiquer en tant que structure est la Page.

Une entreprise peut créer une Page simplement pour exister sur Facebook ou pour faire comme ces concurrents ou confrères. Ca peut être le seul objectif. Mais si vous souhaitez en faire un support de dialogue et de promotion efficace et profitable pour votre activité, vous devez, avant tout, vous mettre à la place de l'internaute et vous demandez ce que vous pourriez attendre de votre entreprise ou de votre structure sur Facebook.

En clair, réfléchir à ce que vous allez dire et proposer sur ce support.

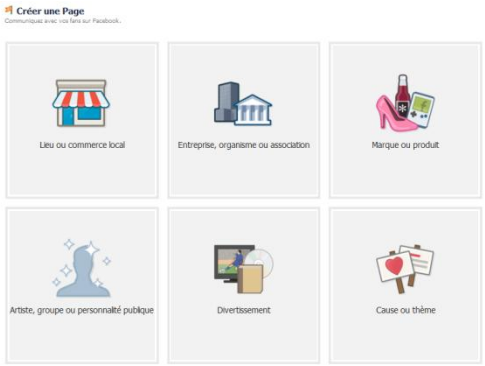
Si vous n'en avez pas la moindre idée... ne vous lancer pas toute suite. Documentez-vous (voir ressources utiles à la fin de ce document) et regardez ce qui se fait, comment communiquent les marques sur Facebook...

Il est indispensable de savoir à l'avance ce sur quoi vous allez communiquer et de quelle manière, au moins pour 50 % du contenu à publier, car il est vrai que vous devez garder de la spontanéité, mais vous devez surtout être cohérent par rapport à l'ensemble de votre communication, attractif et générer la confiance. Ca se réfléchi et ça se prépare ...

La Page Facebook est le support sur lequel les entreprises doivent s'appuyer pour promouvoir leur activité sur Facebook. Le fond doit être réfléchi, c'est primordial. Mais la forme a aussi son importance et doit être soignée pour véhiculer une bonne image et valoriser les contenus proposés. C'est ce que propose cette fiche pratique.

Mode d'emploi :

Pour créer une Page Facebook : http://www.facebook.com/pages/create.php



Choisissez le type de Page qui vous concerne (nouveau).

A priori, le choix pour une entreprise touristique se situe entre *« Lieu ou commerce local »* ou *« Entreprise, organisme ou association »*, en fonction des objectifs (communication local, coupons... ou communication nationale d'entreprise).

NB : Si votre entreprise représente une marque sur laquelle vous souhaitez communiquer, il faut plutôt s'orienter sur « Marque ou produit ».

Mais attention la catégorie, « Hôtel » par exemple est indiquée dans « Lieu ou commerce local », ce qui n'est pas le cas dans « Entreprise, organisme ou association » ou la seule catégorie pertinente est « voyages/loisirs ». « Lieu ou commerce local » est donc peut être le type de Page à privilégier lorsque l'on est un prestataire (hébergement, loisir...).

Conseils Marketing & Tourisme :

- Si vous êtes déjà présent sur Facebook, à titre privé, et que vous ne souahiatez pas tout mélanger. Je vous conseille de créer un nouveau profil « pro » et de créer votre Page Facebook à partir de ce profil, qui deviendra ainsi le profil administrateur de votre page.

  NB : Sachez que vous pouvez ajouter d'autres administrateurs pour votre Page (=d'autres Profils). Les mêmes consignes s'appliquent : « éviter de mettre le Profil « perso » d'un de vos employés ».

- Avant l'arrivée des nouvelles Pages, il était indispensable d'avoir un profil associé à sa page Facebook, car seul le profil permettait d'agir (« j'aime », commentaires ...) dans Facebook (Profils, Groupe et Page). Ce n'est plus tout à fait le cas. Une Page peut désormais commenter, publier des contenus sur d'autres Pages. Mais, une Page ne peut toujours pas agir dans des Groupes ou sur des Profils. L'utilité d'un Profil (de préférence « Pro » de mon point de vue) reste donc toujours d'actualité, même si elle est incontestablement atténuée.

Donner une image « professionnelle » et attractive de votre Page Facebook :

Personnalisez la photo qui vous présente (en haut à gauche) :

L'image initiale représente un point d'interrogation de 198 pixels de large sur 126 pixels de haut.

*> Cliquez sur « Changer de photo », puis **téléchargez** une photo présente sur votre disque dur.*

Conseils Marketing&Tourisme : Partez de votre logo et mettez le en scène en utilisant l'espace au maximum : **200 pixels de large** maxi et jusqu'à **600 pixels en hauteur.** Un petit travail de PAO est à prévoir pour un rendu sympa, mais c'est un élément très important pour véhiculer l'image que vous souhaitez donner de vous sur Facebook !

Personnalisez votre page avec des onglets « sur mesure » :

Par défaut, votre page propose : « Mur, Infos, Photos, Discussions ».
NB : « Mur » et « Infos » sont les 2 seuls qui ne peuvent être supprimés.

Il est possible d'ajouter 4 autres onglets « natifs » : Liens, Articles, Vidéos et Évènements.
Mais vous avez surtout la **possibilité de créer et personnaliser des onglets.**

Exemples :

- Créer une page d'accueil pour les visiteurs « non-fan » de votre page :

  Intérêt : Créer une page attractive qui invite les internautes à devenir Fan.

  Modalités de mise en œuvre :
  - **Utiliser une application dédiée** : **Tigerlily**, **PageModo**, **Tabsite** ***ou*** **North Social**

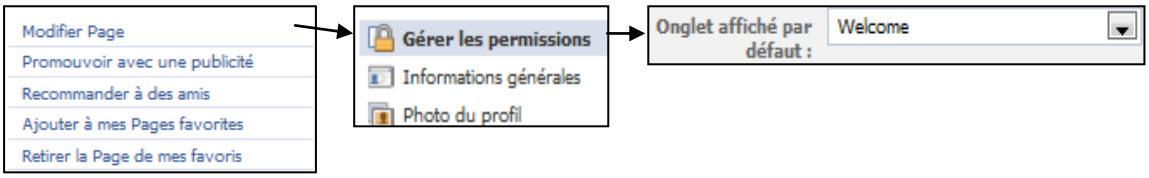
    NB : Ces applications fonctionnent comme des CMS[1] et prennent en charge l'intégration des éléments graphiques sur la page. Pratique, mais utilisable dans les limites qui sont celles de l'application.

[1] Content Management Système (=interface simple d'administration de site web qui permet de construire un site web sans être webmaster. Exemple Wordpress).

- Ou **utiliser une image** que vous avez bien travaillée au préalable sur Photoshop ou équivalent (Dimensions conseillées : **520 pixel de large sur 600 pixel de haut**).
  - **Hébergez cette image sur le web.** *(Flickr est une excellente alternative à un hébergement propre).*
  - **Définissez des zones de clic avec Image Maps**
  - **Intégrez l'image sur votre Page Facebook à l'aide de l'application Static FBML** (*voir le détail de la démarche P.25-28 dans le tutoriel de Régis Vansnick en lien dans la partie « Pour aller plus loin »).*

- Et quelque soit la démarche utilisée, **paramétrer l'onglet que vous avez créé en tant que « Onglet affiché par défaut » pour les internautes non-fan**, c'est-à-dire la page d'accueil de votre Page Facebook pour toute personne qui arrive sur votre page et qui n'est pas déjà fan.

  Démarche :



Conseils Marketing&Tourisme : L'utilisation d'une image préalablement travaillée avec **Image Maps** et **Static FBML** peut semblée un peu fastidieuse, mais c'est en réalité assez simple et surtout, cela permet de tout faire. Tout peut être imaginé en image avec des liens, pas uniquement une page d'accueil...
On peut par exemple envisager de créer un onglet « Bon plan », qui met en avant une promo, une offre particulière et qui renvoie grâce à un lien vers la page web dédiée à l'offre, ou encore un onglet « Chambres » qui présente par des belles photos les différentes chambres avec un lien derrière chaque image qui oriente vers la bonne page du site web de l'hébergement, comme le fait l'hôtel Seven à Paris sur sa Page Facebook, etc.

- Créer un onglet « contact »:

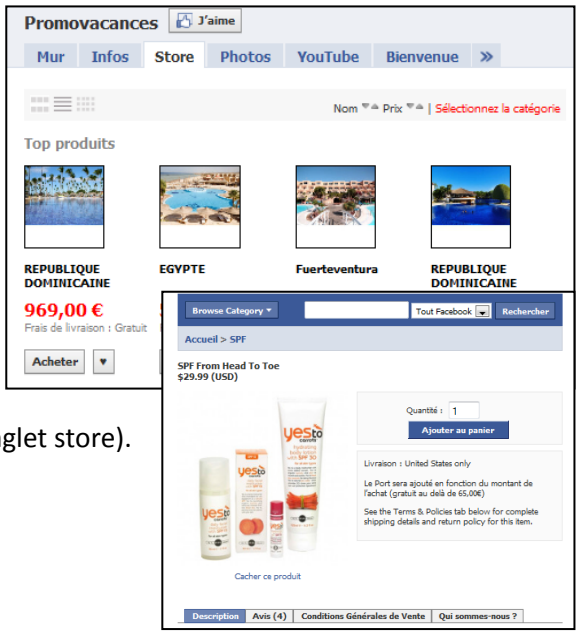
  - Utilisez pour cela l'application **JotForm** très simple et gratuite dans la limite de 12 emails ennoyés par mois (ce qui est bien suffisant au départ).

- Mettre en avant des produits, des offres promotionnelles … dans un onglet grâce un catalogue :

  - A ma connaissance, 3 applications utiles pour cela :
    - Payvment (Gratuit en contrepartie d'une petite pub). Super efficace. Cette application permet vraiment de vendre sur Facebook, mais nécessite un compte Paypal.

    - Boosket (Gratuit et payant) qui permet de configurer une boutique ou un simple catalogue de produits à recommander (fonction "J'aime").

    - Lengow (90€ par mois). Solution de catalogue utilisée par Promovacances (onglet store).



Pour aller plus loin :

Un super tutoriel complet de Régis Vansnick (à adapter aux dernier changements sur les Pages)

- http://dkoop.be/creer-une-page-fan-sur-facebook-tutoriel-complet

Articles traitant des derniers changements importants concernant les Pages Facebook :

- http://www.kriisiis.fr/index.php/decouvrez-les-nouvelles-fan-pages-facebook-en-6-points-ergonomie-onglets-admin/
- http://www.emarketinglicious.fr/marketing-reseaux-sociaux/facebook-vient-de-lancer-une-nouvelle-version-de-ses-pages-fans/comment-page-1#comment-530